د کرهنيزي بازار موندني معارفت

چمتو کونکي عبدالناصر

تعریفات

مارکیټ

- لاتیني کلیمه "marcatus" چي د سوداګریزو توکو یا سوداګري او یا هغه ځایي په کوم کي چي سوداګري ترسره کیږي په معنا کارول کیږي.
- په اقتصادي لحاظ، د مارکیټ کلیمه نه یوائي یو ځاي ته بلکه توکي یا توکو او پلورنکو او پیرودنکو ته چي په ازاد ډول یو له بل سره راکره ورکړه کوي ، اطلاق کیږي.

د مارکیټ اجزا

1. د یوه توکي شتون
2. د پیرودونکي او پلورونکي شتون
3. سوداګریزي اړیکي
4. ځاي، سیمه، هیواد او یا ټوله نړي

د مارکیټ جوړښت یا تشکیلات

د مارکیټ جوړښت یا تشکیل څخه مطلب د مارکیټ اندازه او دیزاین دی. همداراز نوموړي د مارکیټ د فعالیت لاري چاري په برکي لري.

1. **د مارکیټ د تمرکز قدرت**
2. **د تولیداتو د توپیر درجه**
3. **د شرکتونو یا پلورونکو د داخلیدلو یا واردیدلو لپاره د مارکیټ شرایط**
4. **د مارکیټ د معلوماتو جریان**
5. **د توحید یا یوډولتوب درجه**

کرهنیزه بازار موندنه یا د کرهنیزو توکو لپاره بازار موندنه

د کرهنیزې بازار موندنې اصطلاح له دوه کلیمو څخه ترکیب شوي – کرهنه او بازار موندنه. کرهنه، په پراخه مفهوم، هغه فعالیتونه چې د انسان هوساینې لپاره د طبیعي سرچینو کارولو کې مرسته کوي، د بیلګې په ډول د محصول د تولید لپاره ټول لومړني فعالیتونه په بر کې نیسي. لیکن په عام ډول دا د محصولاتو او څارویو یاحیواناتو د روزلو په مفهوم کارول کیږي. بازار موندنه د فعالیتونو یوه لړي ده چې د تولید له ساحي څخه د مصرف تر ساحي پوري د توکو انتقال ورته شامل دي او د ټولو هغو فعالیتونو سره چې د وخت ، ځآي ، بڼي او ملکیت څخه د ګټي اخیستل رامنځ ته کوي سروکار لري.

موخي یا اهداف

1. تولیدونکي
2. مصرفونکي
3. د مارکیټ منځګړي او سوداګر
4. دولت

د کرهنیزو او تولیدي توکو د بازار موندني تر منځ توپیر

1. د محصول خوښاکیدنه
2. د محصول موسمي توب
3. د تولیداتو زیاتوالي
4. د تولیداتو یا محصولاتو په کیفیت کي توپیر
5. د کرهنیزو محصولاتو غیر منظمه عرضه
6. پروسس کول

د کرهنيزي بازار موندني اهميت

- د کروندي په عوايدو کي زياتوالي
- د کرهني پر بنياد د صنايعو وده
- د نرخونو په کنټرول کي رول لري
- د نوي تکنالوجي سره تطابق او د هغي پراختيا
- کارموندنه
- په ملي عوايدو کي زياتوالي
- ښه يا بهتره ژوند
- د محصول استعمال رامنځ ته کوي

a) د شکل استعمال
b) د ځايي استعمال
c) د وخت څخه ګټه اخيستل
d) د ملکيت څخه ګټه اخيستل

USAID | AFGHANISTAN
FROM THE AMERICAN PEOPLE

IDEA-NEW
New ideas for agriculture

د مارکیټونو تصنیف

دساحی پربنسټ

- محلي یا د کلي مارکیټونه
- ساحوي مارکیټونه
- ملي مارکیټونه
- نړیوال مارکیټ

د وخت پربنسټ

- لنډ مهاله مارکیټونه
- اوږد مهاله مارکیټونه
- دایمي مارکیټونه

د موقیعت پر بنسټ

- د کلي مارکیټونه
- د عمده فروشي ابتدایي مارکیټونه
- د عمده فروشي دوهمی مارکیټونه
- د ترمینل مارکیټونه
- د بحري سرحدونو مارکیټونه

د راکړي ورکړي د حجم پربنسټ

- د عمده فروشي مارکیټونه
- د پرچون فروشي مارکیټونه

USAID | AFGHANISTAN
FROM THE AMERICAN PEOPLE

IDEA-NEW
New ideas for agriculture

د مارکيټونو تصنيف

د راکړي ورکړي د ماهيت پربنسټ

- نقدي معامله
- د يوي مودي په پام کي لرلو سره راکړه ورکړه

د هغو وګړو پر بنسټ چي نوموړي مارکيټونه دوي ته خدمات وړاندي کوي

- ښاري مارکيټ
- کليوال مارکيټ

د توکو د تعداد پربنسټ

- عمومي مارکيټونه
- ځانګړي مارکيټونه

د عامه مداخلاتو د وسعت پر بنسټ

- تنظيم شوي مارکيټونه
- نا تنظيم شوي مارکيټونه

د مارکیټونو تصنیف

د بازار موندني د پړاونو پربنسټ

- تولیدي مارکیټونه
- مصرفي مارکیټونه

د توکو د طبیعت پربنسټ

- د توکو مارکیټونه
- د سرمایي مارکیټونه

د رقابت د درجي پربنسټ

- بشپړ مارکیټونه
- نابشپړ مارکیټونه
  - یوګوني انحصاري مارکیټ
  - په دوه ګوني ډول انحصاري مارکیت
  - د پلور د انحصار مارکیټ (څو اړخیز انحصار)

USAID | AFGHANISTAN
FROM THE AMERICAN PEOPLE

IDEA-NEW
New ideas for agriculture

د بازار موندني چينلونه

1. تولید کونکی ← مصرف کونکی
2. تولید کونکی ← پرچون فروش ← مصرف کونکی
3. تولید کونکی ← عمده فروش ← پرچون فروش ← مصرف کونکی
4. تولید کونکی ← کمیشن کار ← عمده فروش ← پرچون فروش ← مصرف کونکی
5. تولید کونکی ← دستګاه پروسس ← خارجی مارکیت ← عمده فروش ← پرچون فروش ← مصرف کونکی

تقاضا

1. تقاضا :

- د تقاضا کلیمه د هغه اندازه توکو او خدماتو په مانا ده کوم چی اخستونکی یی غواړی په مختلفو قیمتونو، د یو معین مارکیټ نه په معین وخت کی ترلاسه کړی.
- باید په یاد ولرو چی تقاضا د هغی غوښتنی او توانایی نوم دی کوم کی چی د خاصو شرایطو لاندی پیرودنه کیږی.

د تقاضا قانون

- د غوښتنې تقاضا قانون د اړینو توکو د شمیر او د هغوی د نرخونو ترمنځ رابطه څیړی.
- دغه قانون ښکاره کوی چی د نرخ او د ضرورت وړ توکو د اندازی ترمنځ سرچپه رابطه وجود لری.
- مانا داچی که نرخ لوړیږی د توکو اندازه راکمیږی، د دی برعکس که نرخ ټیټیږی اخستونکی په زیاته پیمانه توکی رانیسی.

Supply - عرضه

- د عرضی اصطلاح د هغه اندازه توکو څخه عبارت ده کوم چې په معین مارکیټ کې په معین وخت کې په مختلفو نرخونو د خرڅلاو لپاره وړاندې کیږی.
- عرضه د نرخ سره مستقیمه رابطه لری، پدی مانا چې که نرخ لوړیږی نو په زیاته اندازه توکی د خرڅلاو لپاره مارکیټ ته وړاندی کیږی او ددی سرچپه هم صورت نیسی.
-

د عرضې قانون:

- د عرضې قانون حکم کوی هر څومره چې د یو جنس نرخ په مارکیټ کی صعودی حالت غوره کړی په هماغه اندازه مولدین زیات مقدار جنس مارکیټ ته وړاندی کوی او برعکس که نرخونه نزولی حالت ولری دوی کم مقدار جنس مارکیټ ته عرضه کوی یعنی د عرضې او نرخ ترمنځ مستقیماً اړیکی وجود لری

بازار موندني فعاليتونه

1. **د مالكيت د تفويض يا د مالكيت د انتقال فعاليت**

a) پلورل

- د پردي لاندي پلورل
- د خبرو اترو له لاري پلورل
- د نموني پر بنسټ پلورل
- د خلاصي مزايدي له لاري پلورل
- د بندي مزايدي له لاري پلورل

بازار موندني فعاليتونه

b) اخيستل

c) د تقاضا رامنځ ته کول

d) د نرخ يا قيمت ټاکل

2. د فزيکي خوزښت يا حرکت فعاليت

a) ترانسپورت

b) ذخيره

بازار موندني فعالیتونه

3. دارزښت دزیاتولو فعالیت

a) میعاري کول

b) بسته بندي

c) پروسس کول

4. تسهیل کونکي فعالیت

a) د مارکیټ مالي چاري

b) د خطر تحمل

c) د مارکیت معلومات

د مارکیټ فعالیت کونکي

1. تولیدونکي
2. منځګړي

a) سوداګر منځګړي

- عمده فروشان
- پرچون فروشان

b) اجنټ یا نماینده منځګړي

- کمیشن کار

د مارکیټ کارکونکي

- دلالان (منځګړي)

(c)دا هغه منځګړي دي چي په حرفوي ډول کار نکوي بلکه کوم وخت چي کوم توکي کي واره وګوري نو هغه اخلي او بیایي ځاي پر ځاي خرڅوي

(d)تسهیل کونکي منځګړي

- کارګران
- روزمزدان
- د لیږدولو یا ټرانسپورت ایجنسي
- د اعلاناتو ایجنسي

تنظیم شوي یا کنټرول مارکیټ

تعریف: یو تنظیم شوي یا کنټرول مارکیټ هغه دي چي د ناخوندي او بي باکه (بي پروا) کړنو په له منځه وړولو کي هڅه کوي، د بازار موندني مصارف راکم او تولیدونکي – پلورنکو ته په مارکیټ کي تسهیلات چمتو کړي.

موخه

1. **تر څو د بزګرانو سره د ظلم څخه مخنیوي وشي**
2. **ترڅو د بازار موندني سیستم اغیزمند او موثره شي**
3. **تر څو د بزګرانو لپاره تشویقي نرخونه وټاکل شي**

کوپراتیفي بازارموندنه

د بازار موندني کوپراتیفي سازمانونه د تولیدونکو د محصول د ګډ بازار موندني اتحادیه ده او هدف یي د غړو لپاره یي د هغه بنیګنو تامینول چي سوداګریو په پایله کي ترلاسه کیږي ، کوم چي یو بزګر په انفرادي ډول نشي تامینولي، پدی چی نوموړي بزګر په لږه اندازه د پلورلو وړ تولید رامنځته کوي.

ګټي یا فواید

- **د بزګرانو د مذاکري (چانه زني) قدرت زیاتوالي مومي**
- **د نهایي پلورونکو سره نیغ په نیغه معامله**
- **د مالي اعتبار پیدا کول**
- **اسانه او ارزانه لیږدول یا ټرانسپورت**
- **درجه بندي او میعاري کول**

ګدام کول یا ذخیره کول

ګدام کول کیدایي شي د توکو دي ذخیري لپاره د مسوولیت په بڼه فرض شي. دا کیدایي شي د ملي روغتیا د ساتونکي په نامه ونومول شي، څکه هغه توکي چي په ګدام یا ډیپو کي ذخیره دي د موږکانو، حشراتو ، افاتو او همداراز د رطوبت او ګرمي د ناوړه اغیزو څخه خوندي دي.

فعالیتونه

- علمي ذخیره
- مالي چاري
- د قیمت ثبات
- د مارکیت په هکله معلومات

USAID | AFGHANISTAN FROM THE AMERICAN PEOPLE — IDEA-NEW New ideas for agriculture

د مارکيټ توحيد يا واحد والي

د شرکتونو پراختيا د بازار موندني د اضافي فعاليتونو د ادغام پروسه د مارکيټ توحيد ته راجع کيږي.

د مارکيټ د توحيد ډولونه

1. افقي توحيد
2. عمودي توحيد

- مخ په وړاندي توحيد
- مخ پر شا توحيد

3. د شرکتونو اختلاط

د مارکیټ موثریت

د مارکیټ موثریت د اضافه کړاي شوي ارزښت او د بازار موندنې قیمت ترمنځ نسبت ته ویل کیږي

د بازار موندني د موثریت اجزا یا عناصر

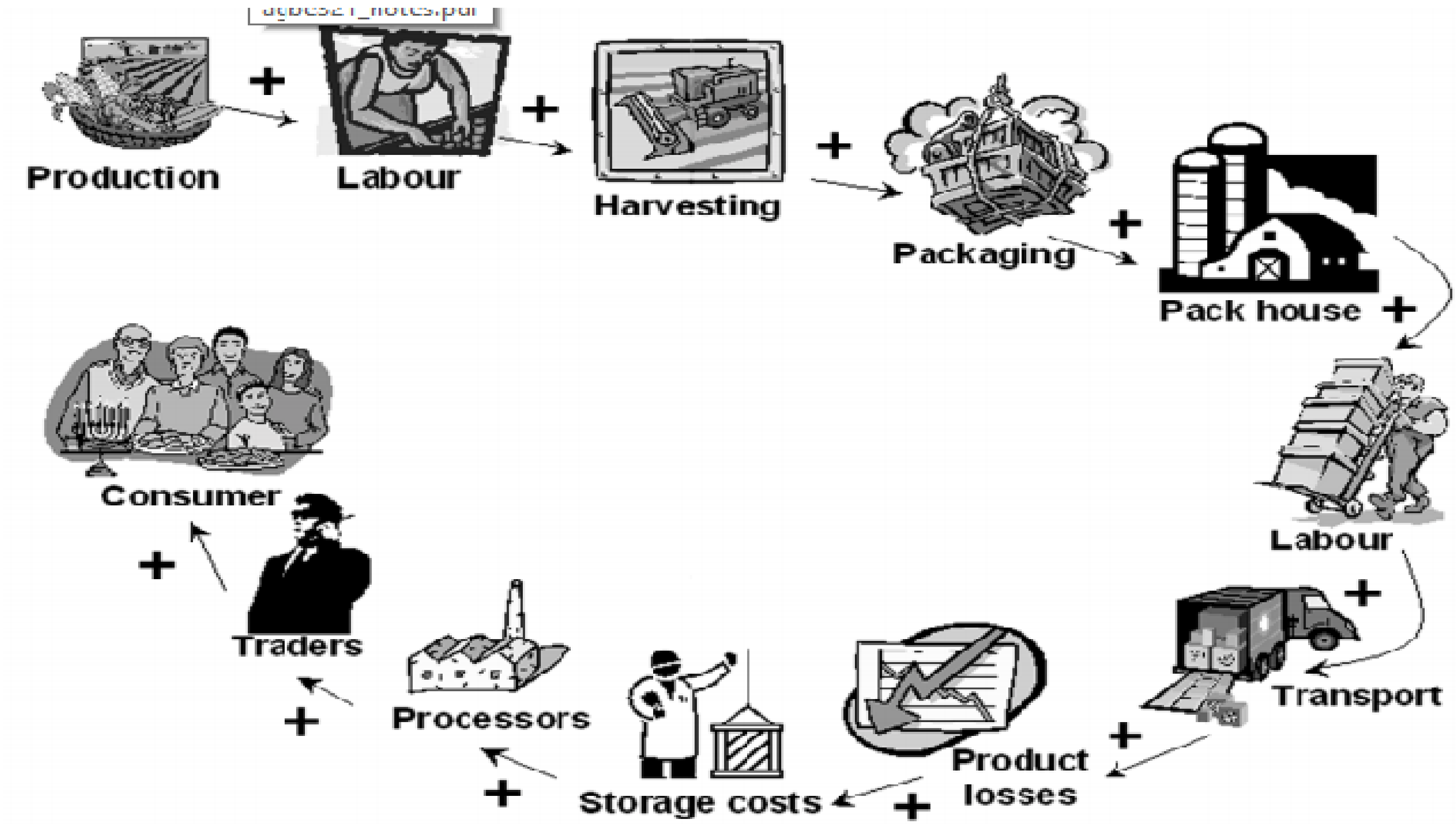
- د بازارموندني د خدماتو په برخي کي اغیزمندتیاوي
- د خدماتو قیمت

د مارکيټ د موثريت سنجش

$$ME = \frac{Output}{Input} \times 100$$

جزئیات (AF/Ton)	د الف مارکيټ	د ب مارکيټ
د بازار موندني ټوليز قيمت	300	500
اضافه کړاي شوي ارزښت (د مصرفونکي او بزګر د قيمتونو ترمنځ توپير)	600	1500
د مارکيټ موثريت	200	300

د بازار موندني د قيمت محاسبه



USAID | AFGHANISTAN FROM THE AMERICAN PEOPLE IDEA-NEW New ideas for agriculture

د ترانسپورت د لګښتونه محاسبه

داسي فرض کړي چي په لاري کي 40 متر مکعب تش ځاي د کارولو لپاره شتون لري او د لاري نيول 500 لګښت لري. داسي يو لوښي چي 0.2 مترمکعب دي او 8 کليو ګرامه رومي پکي ځاييږي او 0.4 مترمکعب لوښي 10 کيلوګرامه شين مرچ ساتلي شي.

نو د رومي د ليږدلو بيه د هر لوښي او هر کيلو ګرام لپاره په لاندي ډول ده...

500/(40 مترمکعب/0.2 مترمکعب) =2.50 په هر لوښي

او

2.50 / 8 کيلوګرام =0.3125 پر هر کيلوګرام

په داسي حال کي چي د شين مرچ د هر لوښي او هر کيلوګرام د ليږدولو بيه

500/(40 مترمکعب/0.4 مترمکعب) =5.00 په هر لوښي

او

5.00 / 10 کيلوګرام =0.50 پر هر کيلوګرام

USAID | AFGHANISTAN — FROM THE AMERICAN PEOPLE

IDEA-NEW — New ideas for agriculture

د محصول د ضایعاتو محاسبه

داسي فرض کړي چي د ضایعاتو کچه 10 فیصده ده یانی 1 کیلوګرام هغه بادنجان رومي چي بزګر په سوداګر پیرودلي 900 ګرامو ته راکم شي. د بزګر څخه سوداګر نوموړي رومي بادنجان کیلو په 5 افغانۍ اغیستي او هر کیلوګرام باندي د بازارموندي لپاره 2 مصرف راځي. او د نوموړ بادنجان رومي د خرڅلاو بیه به 8 وي.

وروسته به قیمتونه ...

1 کیلوګرام په 5 افغانۍ واخیستل شول = 5.00 افغانۍ

<u>د هریو کیلوګرام بسته بندي او لیږدول 2 افغانۍ = 2.00 افغانۍ</u>

مجموعي قیمت = 7.00 افغانۍ

ضایعات (7*0.1kg) =7.7 افغانۍ

<u>د خرڅلاو بیه = 8 افغانۍ</u>

لدي امله سوداګر ته ګټه = 0.3 افغانۍ

USAID | AFGHANISTAN
FROM THE AMERICAN PEOPLE

IDEA-NEW
New ideas for agriculture

د ذخيري لګښتونه محاسبه کړي

داسي فرض کړي چي يوه ذخيره يا ګدام د کال 120 ورځو لپاره په 600 افغانۍ اجاره شوي او په اوسطه توګه 250 کڅوړي پکی ځايګي.

وروسته د ذخيري قيمت ...

600/120 ورځو = 5.00 پر هره ورځ

5/ 250 کڅوړو =0.02 پر هره کڅوړه/ ورځ

د وخت پر بنسټ د ذخيري قيمت محاسبه کړي

داسي وګڼي چي يو سوداګر کچالو په 10 افغانۍ يوه کڅوړه واخيستل او په ذخيره کي يي د 4 مياشتو لپاره وساتل. د دي لپاره چي نوموړي دغه کار وکولاي شي نوموړي په 12 فيصده ګټي پيسي پور کړي.

10 ضرب 0.04 (په 4 مياشتو کي 4%) = 0.4 افغانۍ پر هر کڅوړه

د کچالو هري کڅوړي پر سر د ذخيره يو ريښتوني قيمت به ....

د 120 ورځو لپاره د ذخيري کرايه 0.02 افغانۍ په ورځ کي = 2.40 افغانۍ

پر هره کڅوړه کچالو 0.4 افغانۍ د سود مصرف = 0.40 افغانۍ

په هر کڅوړه مجموعي مصرف = 2.80 افغانۍ

د پروسس کولو د لګښتونه محاسبه

داسي فرض کړي چي د جوارو پروسس کولو عملياتو کی دجوارو 70 فيصده (0.7) پروسس کيږي 30 فيصده فرعي توليدات لاسته راځي. د هر کيلو ګرام جوارو لپاره د پروسس کولو قيمت 0.20 افغانۍ محاسبه شوي. د يو کيلو ګرام جوارو د اخيستلو قيمت 1.50 افغانۍ دی، او يو کيلو ګرام د فرعي توليداتو قيمت 0.50 افغانۍ دی.

وروسته د هر کيلو ګرام جوارو د پروسس قيمت....

يو کيلوګرام اخيستل شوي جوارو په	=1.50 افغانۍ
د هر کيلوګرام لپاره د پروسس قيمت 1 ضرب 0.20 افغانۍ	= 0.20 افغانۍ
مجموعي قيمت	= 1.7 افغانۍ
د فرعي محصول قيمت 0.30 ضرب 0.50 افغانۍ	= 0.15
	= 1.55 افغانۍ

نو د جوارو هر يو کيلوګرام لپاره شوي قيمت به 1.55/0.7= 2.214

د ترانسپورت د لګښتونه محاسبه

- داسي فرض کړي چي په لاري کي 50 متر مکعب تش ځاي د کارولو لپاره شتون لري او د لاري نیول 800 لګښت لري. داسي یو لوبني چي 0.5مترمکعب دي او 10 کلیو ګرامه رومي پکي ځاییږي او 0.8 مترمکعب لوبني 8 کیلوګرامه شین مرچ ساتلي شي.

نو د رومي او شین مرچ د لیږدلو بیه د هر لوبني او هر کیلو ګرام؟

د محصول د ضایعاتو محاسبه

- داسي فرض کړي چي د ضایعاتو کچه 25 فیصده ده یانی 1 کیلوګرام هغه بادنجان رومي چي بزګر په سوداګر پیرودلي 750 ګرامو ته راکم شي. د بزګر څخه سوداګر نوموړي رومي بادنجان کیلو په 12 افغانۍ اغیستي او هر کیلوګرام باندي د بازارموندي لپاره 4 مصرف راځي. او د نوموړ بادنجان رومي د خرڅلاو بیه به 18 وي.

سوداګر ته ګټه؟

د وخت پر بنسټ د ذخيري قيمت محاسبه کړي

- داسي وګڼي چي يو سوداګر کچالو په 16 افغانۍ يوه کڅوړه واخيستل او په ذخيره کي يي د 4 مياشتو لپاره وساتل. د دي لپاره چي نوموړي دغه کار وکولاي شي نوموړي په 24 فيصده ګټي پيسي پور کړي او د ذخيري کرايه 0.04 افغانۍ په ورځ کي ده.

په هر کڅوړه مجموعي مصرف؟

د پروسس کولو د لګښتونه محاسبه

- داسي فرض کړي چي د جوارو پروسس کولو عملیاتو کی دجوارو 60 فیصده (0.6) پروسس کیږي 40 فیصده فرعي تولیدات لاسته راځي. د هر کیلو ګرام جوارو لپاره د پروسس کولو قیمت 2 افغانۍ محاسبه شوي. د یو کیلو ګرام جوارو د اخیستلو قیمت 5 افغانۍ دی، او یو کیلو ګرام د فرعي تولیداتو قیمت 2.5 افغانۍ دی.

نو د جوارو هر یو کیلوګرام پروسس شوي جوارو قیمت به؟؟

USAID | AFGHANISTAN
FROM THE AMERICAN PEOPLE

IDEA-NEW
New ideas for agriculture

په بازار موندنه کي خطرات

د بازار موندني په ټولو کړنو کي خطر يوه ذاتي خبره ده. اورلګيدل، موږکان، د کيفيت خرابوالي، د قيمت يا نرخ ښکته کيدل، په خوند ، عادتونو يا فيشن کي بدلون، خراب لاس ته رسيدل يا غلط ځاي کي د توکو ځاي پرځاي کول، چي دا ټول د بازار موندني د خطر سره يوځاي وي.

د خطر ډولونه

1. **فزيکي خطر** : اورلګيدل، سيلاب، زلزله، موږکان، خزنده ګان، زيات رطوبت او يا تودوخه، بي احتياطي او په نامناسب ډول ذخيره کول
2. **د قيمت يا نرخ خطر:** کال تر کاله يا په کال کي د ننه د ننه د قيمت تناوب (لوړيدل او ټيټيدل)
3. **رسمي خطرونه:** د دولت په بوديجوي پاليسي کي بدلون

هغه اقدامات یا کړني چې خطرونه راکموي

- ذخیره کول، مناسبه بسته بندي او ښه لیږد یا ټرانسپورټ، د بیمې کمپنیو ته د فزیکي ضایعاتو لیږل

د قیمت د خطراتو حد اقل ته رارسول

- د دولت لخوا د حد اکثر او حد اقل قیمت ټاکل
- د قیمت پورې اړوند معلوماتو خپرول
- د مستقبل بازار موندنه :د احتکار، مخ په وړاندې مارکیټ، قرار دادي کروندي

د راتلونکي بازار موندنه

مخ پر وړاندي مارکیټونه: هغه مارکیټ چي په هغي کي د توکي پلورل او پیرودل په یو مهال تر سره شي"t"، لیکن د توکو تبادله په یوي ټاکلي نیټي په راتلونکي ترسره شي، دبیلګي په ډول t+1.

احتکار: د یو توکي پلورل یا پیردول په اوسني قیمت پدی منظور چی په راتلونکی کی په یوزړه پوري نرخ خرڅ شي

د راتلونکي بازار موندنه

قراردادي كرهنه/ بازار موندنه: دا د بزګر او فابريكه تر منځ دوه برخي لرونكي توافق دي چي په ټاكلي وخت كي په ځانګړي اندازه توكي ورته رسوي. هغه خدمات چي د تمويلونكي جوړښتونو يا شركتونو لخواه چمتو كيږي د توكو له رسولو، توسيعوي خدمات،او د كيفيت څارلو څخه د محصول تر اخيستلو پوري دي.

USAID | AFGHANISTAN
FROM THE AMERICAN PEOPLE

IDEA-NEW
New ideas for agriculture

د بازار موندني ارتباطات

د پيل څخه تر مصرفونکي پوري د مارکيټ اړوند معلوماتو انتقال د يوي سرچيني د مارکيټ ارتباطاتو په نوم ياديږي.

د بازار موندني د ارتباطاتو موخي

1. د ټارګټ شويو برخو پيژندل
2. د رويو يا سلوکي بدلونو پيژندل
3. د دي په اړه تصميم نيول چي څه بايد تر سره شي تر څو سلوکي بدلون رامنځ ته شي

د مارکيټ د ارتباطاتو ډولونه

1. **اعلانات:** ورځپاڼي، تلويزيون، راډيو، مجلي، پر بسونو باندي اعلانات او بورډونه
2. **د پلورلو وده:** د پلور زياتوالي لپاره لنډ محاله ستراتيژي، لکه مفتي ډالي، د تخفيف کوپونونه، د محصول نموني او داسي نور.
3. **عامه اړيکي:** دغه عام مشتريان، اکمالونکي، سهم لرونکي، (شريکانو، مالي ادارات او هغه کسان چي په سوداګري کي يي سرمايه ګذاري کړي وي)، کارکونکي، دولتي او عامه وګړي په بر کي نيسي.
4. **شخصي معامله يا پلورل:**